www.turkishstudies.net/turkishstudies

Turkish Studies

eISSN: 1308-2140

Research Article / Araştırma Makalesi

INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY
Sponsored by IBU

Covid-19 Pandemisinin Konaklama Sektörü Üzerine Etkisi: Bodrum/ Türkiye’den Bir Araştırma

The Effect of Covid-19 Pandemic on Accomodation Sector: A Study from Bodrum/Turkey

Hale Eda Akduru*

Abstract: The accommodation sector is one of the most adversely affected sectors of the Covid-19 pandemic, which affects the entire world. The emergence of the mentioned epidemic has eliminated the demand for many tourism sector actors such as accommodation, transfer, entertainment, food and beverage, and this has caused many negative outcomes both economically and sociologically. Through this study, it was aimed to examine how the Covid-19 pandemic changes expectations from businesses that provide accommodation services. This is because the businesses which behaves proactively at this process will gain success and be more competitive. With the context analyses of the data obtained by video conferences from the 28 of 43 top managers of 5 star hotels operating in Bodrum (between the dates 25 December 2019- 15 January 2020) which is one of the tourism paradises of Turkey, it has been concluded that in 2020 the demands of tourists in accommodation establishments are mostly concentrated within the framework of activities that can be done individually such as using family rooms / renting villas, taking a la carte as catering service, and for entertainment services doing activities such as flyboard. These findings have shown us that in 2020 and after the focus of accomodation services is safety which means that being healthy and staying healthy comes first when having a holiday. In this context, our findings supports the practises of the Turkish Ministry of Culture and Tourism for ‘Safe Tourism’.

Structured Abstract: As with any major disaster, the Covid-19 pandemic has adversely affected some sectors around the world. Social isolation and cleaning practices are very important in order to prevent the transmission of this virus, which has a high contagiousness compared to other diseases, from this point of view, the hygiene conditions and the quality of service provided will affect customer preferences. At this process, businesses which behaves proactively will gain success and be more competitive

With this study, it was aimed to investigate the effects of Covid-19 pandemic on the accommodation sector, and an in-depth interview technique was used, which is one of the qualitative research methods. Accordingly, with the purposeful sampling, the top managers of five-star hotels in Bodrum District were interviewed and the effects of the epidemic were tried to be determined by content analysis under various headings.

According to the Ministry of Culture and Tourism data, there are 43 hotels with 5 stars in Bodrum. The top managers of these hotels were contacted by phone and mail one by one, and they were informed about our research and asked if they would like to participate. Semi-structured interviews with an average of 30-45 (avg = 37.5) minutes with 28 top managers who responded positively were conducted over the internet. The

* Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Üniversitesi, Milas MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü
Asst. Prof., Mugla University, Milas Vocational School, Department of Management and Organization
ORCID 0000-0003-4022-2364

haleedaakduru@mu.edu.tr

Cite as/ Atıf: Akduru, H. E. (2020). Covid-19 pandemisinin konaklama sektörü üzerine etkisi: Bodrum/ Türkiye’den bir araştırma. *Turkish Studies*, 15(8), 3359-3371. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.45334>

Received/Geliş: 17 July/ Temmuz 2020

Accepted/Kabul: 20 December/ Aralık 2020

Copyright © MDE, Turkey

Checked by plagiarism software

Published/Yayın: 25 December/ Aralık 2020

CC BY-NC 4.0

data is collected between the dates 25th of December 2019 and 15th of January 2020. Semi-structured questions asked to the participants were designed with the help of a specialist in terms of suitability for the purpose of the research, and the answers were recorded by the researcher. The deciphered responses were then subjected to content analysis. The following five open-ended questions were addressed to managers:

1- Do you think that the Covid-19 pandemic affects your industry? If yes, in what direction did it affect? (Positive / negative)

2- How has your occupancy rate changed compared to the same period of the previous year? (Please respond to the increase and decrease of your reservations based on 25%, 50%, 75%, 100% rates)

3- What is the most preferred accommodation type for your guests in 2020? (Please answer based on the accommodation type possibilities of your business)

4- What is the most preferred food service for your guests in 2020? (Answer based on the food service facilities of your business)

5- What is the most preferred entertainment service for your guests in 2020? (Answer based on the entertainment type possibilities of your business)

All hotel managers (100%) answered 'yes' to the first question, and all managers stated that the Covid-19 pandemic affects the hospitality industry. The direction of this effect was negatively stated by all managers (100%). Accordingly, the Covid-19 pandemic has had a negative impact on the accommodation sector, as in many other sectors.

66% of the hotel managers responded the second question examining the occupancy rate of the hotel compared to the same period of last year as 'decreased by 50% and above', while 22% of the managers stated that there was a decrease of 25% and above, 8% decreased by 100%. and 4% stated that there was a 75% decrease.

At the third question, the most preferred type of accommodation was asked to hotel managers based on the reservations made in 2020. Accordingly, 43% of the participants stated that the demands were concentrated around family room rentals, while 43% of the participants stated that they were concentrated around villa rentals, while 14% some stated that the requests were in the form of suites.

In the fourth question, the most preferred food service type of hotel guests in 2020 was asked, 61% of the hotel managers told us that they have a high demand for a la carte food service, 25% of the managers stated that their guests has high buffet requests and 14% of them stated that the guests have intensified requests to prepare individual meals in their own kitchen.

In the fifth and final question of the research, hotel managers were asked about the most preferred entertainment service of the guests in 2020. When the responses are examined, the individual sea activities are the most popular entertainment style by 61% of the managers. 29% of the managers stated that pool activities are preferred and 10% of the managers was stated that their guests were preferred the types of entertainment in the form of music.

When findings are summarized, it can be seen that the demands of tourists in accommodation businesses are mostly concentrated within the framework of activities that can be done individually such as using family rooms / renting villas, taking a la carte as catering service, and sea activities. So in the summer season of 2020, it is seen that tourist trends focus on health, hygiene and more isolated services in every stage of the accommodation process. This is important in maintaining the balance between coronavirus anxiety and the need for a holiday.

Keywords: Tourism Management, Covid-19, Pandemic, Accommodation Sector.

Öz: Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisinin en olumsuz etkilediği sektörlerin başında konaklama sektörü gelmektedir. Söz konusu salgının ortaya çıkması konaklama, transfer, eğlence, yiyecek-içecek gibi birçok turizm sektörü aktörüne olan talebi ortadan kaldırmış, bu durum ise hem ekonomik, hem de sosyolojik anlamda birçok olumsuz çıktıya neden olmuştur. Bu çalışma aracılığıyla Covid-19 pandemisinin konaklama hizmeti veren işletmelerden beklentileri nasıl değiştirdiğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çünkü

söz konusu süreçte proaktif davranan işletmeler başarı kazanacak ve rakiplerine göre daha rekabetçi olacaklardır. Türkiye’nin turizm cennetlerinin başında gelen Bodrum/Muğla’da faaliyet gösteren 5 yıldızlı toplam 43 adet otelin üst yöneticilerinden çalışmaya katılmayı kabul eden 28 adediyle görüntülü görüşme yöntemiyle yapılan derinlemesine mülakatlarda elde edilen verilerin (Veriler 25 Aralık 2019 ile 15 Ocak 2020 Tarihleri aralığında toplanmıştır) içerik analizi ile çözümlenmesi neticesinde 2020 yılında konaklama işletmelerinde turist taleplerinin konaklama amacıyla en yüksek oranda aile odası kullanma/ villa kiralama, yemek hizmetlerinin alakarte yemek hizmeti alma, eğlence hizmetlerinin flyboard gibi denizde bireysel yapılabilen aktiviteler çerçevesinde yoğunlaştığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu bulgular bize 2020 ve sonrasında konaklama hizmeti alan misafirlerin odak noktasının güvenlik olduğunu göstermektedir ki bu da bireyler açısından tatil yaparken sağlıklı olmanın ve sağlıklı kalmanın öncelikli olduğu anlamına gelmektedir. Bu kapsamda araştırma sonuçlarımız ülkemizi ‘güvenli turizm’ merkezi haline getirmek adına Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülük ettiği uygulamalarla paralel sonuçlara ulaşmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeciliği, Covid-19, Pandemi, Konaklama Sektörü.

Giriş

Yaşanan küresel salgının olumsuz etkilerini en yüksek oranda hisseden sektörlerin başında konaklama sektörü gelmektedir. Turizm ürününü oluşturan turizm işletmeleri içerisinde, konaklama işletmeleri önemli bir yere sahiptir. Turizm hareketlerine katılan insanlara, birincil olarak güvenli barınma olanağı sunmak olmak üzere, onların konfor, dinlenme, yeme-içme, eğlenme gibi gereksinimlerini de karşılayan konaklama işletmeleri kendi içerisinde; otel, motel, tatil köyü, pansiyon, dağ oteli, termal tesis gibi çeşitlere ayrılmaktadır (Okuyucu & Akgiş, 2016).

Yeni tip koronavirüs mikrobunun bulaşıcılığının yüksek olması ve ancak bireysel hijyen önlemleri aracılığıyla kontrol altına alınabilmesi özellikle konaklama sektöründe tercihlerin değişmesine sebebiyet vermiştir.

Değişen tercihler ise konaklama sektöründe faaliyet gösteren işletmeler açısından oldukça önem taşımaktadır. Çünkü turizm sektöründe ilerleme sağlanabilmesi ancak değişen turist eğilimlerinin iyi yorumlanması ve talebe uygun hizmet ortaya konulması sayesinde mümkün olabilecektir. 2008 küresel ekonomik krizi sonrasında, turizm sektöründe ortaya çıkan en önemli eğilimlerden biri de, dünya genelinde tüm sektörlerde özellikle seksenli yılların sonlarından itibaren giderek önem kazanmaya başlayan çevre koruma (Brown, 1996) ve bu bağlamda çevre duyarlı tercihlerde olan artışlardır (Güneş, 2011).

Benzer şekilde halen etkisini sürdürmekte olan Covid-19 salgınının turizm pazarını olumsuz etkilediği bilinmekte ancak alınan önlemler ve talebe uygun hizmetler ortaya konulması neticesinde sektörde bir hareketlenme olması beklenmektedir.

Turizmin ülke ekonomilerindeki öneminin giderek artması, günümüzde otel işletmelerinin sayıca çoğalmasına yol açmış ve rekabet ortamını güçlendirmiştir (Erdem, Gülcan, Tokmak, Asanova, Margazieva 2015). Bu durumda turist eğilimlerini yakından takip eden, değişen taleplere yönelik düzenlemeleri hızlıca gerçekleştiren ve kalite yönetimini başarıyla sürdüren konaklama işletmeleri rakiplerinden önde olarak bu yarışa dâhil olacaktır.

Kalite yönetiminde başarının ilk adımı ise müşterilerden gelen hizmet kalitesini geliştirme talebini algılayıp, onlara cevap verebilmektir. Özellikle bu hizmet sunumunda daha da önemlidir. Tüketicinin beklentisine uygun hizmet üretebilmek ve sonuçta müşteri tatminini yaratmak hizmet endüstrisindeki işgöreni odak noktasına getirmektedir (Özdipçiner & Kalınkara, 2005).

Konaklama işletmelerinde başarılı bir kalite kontrolü için, konaklama, yiyecek-içecek, güvenlik, personel, muhasebe, teknik servis, satışlar ve çamaşırhane gibi departmanların, turistik işletmenin türüne göre içinde bulunan tüm departmanların, turistlerin ihtiyaçlarına cevap veren kalite

düzeylerinin yaratılmasındaki rolleri belirlenmeli ve katkılarının koordinasyonu sağlanmalıdır (Aymankuy, 2005).

Dolayısıyla konaklama hizmeti alan müşterilerin taleplerinin her aşamasında pandemi dolayısıyla meydana gelecek olan yeniliklerin belirlenmesi ve çözüm önerileri oluşturulması önem taşımaktadır.

Yeni tip koronavirüsün turizm sektörüne etkilerine ilişkin araştırmalar konunun yeni ve hâlihazırda devam eden bir süreçte olması nedenleriyle henüz başlangıç aşamasındadır. Bu bağlamda araştırmamız Türkiye'nin turizm konusunda en önde gelen destinasyonlarından ve talebin en yoğun olduğu noktalardan birisi olan Bodrum'da gerçekleştirilmesi nedeniyle literatüre katkı sağlayacaktır.

Literatür Taraması

Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19)

Koronavirüsler soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu ve Ağır Akut Solunum Sendromu gibi daha ciddi hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesidir. Esas olarak damlacık yoluyla bulaşan hastalık hasta bireylerin öksürme, hapşırma yoluyla ortaya saçıktıkları damlacıklara diğer kişilerin elleri ile temas etmesi sonrasında ellerini ağız, burun veya göz mukozasına götürmesi ve temas etmesi ile bulaşmaktadır. (KTUSTHG, 2020).

Bu bakımdan kesin veya olası Covid-19 enfeksiyonu olan bir kişiyle damlacık enfeksiyonuna yönelik korunma önlemleri alınmadan yakın temas etmiş olan kişiler İl Sağlık Müdürlüğüne korunmasız son temaslarından sonraki 14 gün boyunca özellikle ateş ve solunum semptomları açısından telefon ile sorgulanarak izlenmelidir (KTUSTHG, 2020).

Bugün için virüsün atılım ve bulaştırıcılık süresi tam olarak bilinmediğinden temashı ile ortak kullanılan alanlar iyi havalandırılmalı, temizlik ve hijyen kurallarına riayet edilmelidir. Solunum yolu sekresyonları veya vücut çıkartıları ile kontamine olması mümkün olan tüm yüzeylerin sodyum hipoklorit ile temizlenmesi gerekmektedir (KTUSTHG, 2020).

Covid-19 enfeksiyonunun tedavisinde genellikle destek tedavisi uygulanmakta olup, henüz virüse karşı bir aşı geliştirilmediğinden mümkün olduğunca hijyen kurallarına, bireyler arasındaki sosyal mesafeyi korumaya ve maske kullanımına önem verilmelidir.

Her büyük felakette olduğu gibi Covid-19 pandemisi de tüm dünyada bazı sektörleri olumsuz yönde etkilemiştir. Bulaşıcılığı diğer hastalıklara nazaran oldukça yüksek olan bu virüsün insandan insana bulaşmasının önlenmesi amacıyla sosyal izolasyon ve temizlik uygulamaları oldukça önemli olup, bu bakımdan bireylerin geçici bir vakit boyunca konaklama hizmeti aldıkları konaklama işletmelerine ait hijyen koşulları ve sunulan hizmet kalitesi müşteri tercihlerini etkileyecektir.

Günümüz tüketicileri, dünyada yaşanan olaylara karşı kendisi bireysel ya da demokratik kitle örgütleri aracılığıyla tepki verdiği gibi alışveriş yaptığı işletmelerin de aynı tepkiyi verdiğini görmek istemektedirler. Ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel alanda yaşanan problemlere tepki göstermeyen, bu alanlarda çözümler üretmeyen işletmeler, tüketicilerin kendi mal ve hizmetlerini tercih etmemeleri ile cezalandırılabilirler (Ateşoğlu & Türker, 2010).

Yeni normalleşme sürecinin başlamasıyla birlikte bireyler normal seyahat faaliyetlerine geri dönecek ve konaklama işletmelerine olan talep canlanacaktır. Ancak yeni süreçte hükümetçe yapılan düzenlemeler gereği işletmelerden bazı kurallara riayet etmeleri beklenmektedir. Aksi takdirde konaklama işletmeleri idari para cezaları ve işyeri kapatmaya kadar varabilen bazı yaptırımlara maruz kalabilecektir.

İçişleri Bakanlığı'nın konaklama işletmelerinde alınması gereken tedbirler hakkındaki genelgesine (KTUSTHG) göre (2020) alınması gereken tedbirler işletmeye yönelik genel tedbirler, personele yönelik tedbirler, temizlik ve hijyene yönelik tedbirler şeklinde sınıflandırılmıştır.

Konaklama hizmetlerine yönelik dikkat çeken bazı düzenlemeler arasında aşağıdaki bazı maddeler bulunmaktadır (2020):

-Misafir odalarında bulunan şampuan, sabun, duş bonesi vb. ürünler tek kullanımlık olacaktır.

-Misafir odalarında kullanıma sunulan yatak örtüsü, çarşaf, yastık kılıfı vb. malzemeler her misafir için ayrı ayrı planlanacak, konaklama süresince belli aralıklarla en az 60 derecede yıkanacaktır. Kişisel kullanıma sunulan malzemeler dezenfekte edilecektir.

-Misafirlerin sıklıkla temas ettiği tüm noktalar misafir odadan ayrıldıktan sonra dezenfekte edilecektir.

-Yemek salonları, toplantı salonu, konferans salonu, eğlence, animasyon alanları, satış üniteleri, açık alanlarda yer alan oturma/bekleme/yeme-içme düzenlemeleri ile havuz çevresi ve kıyıda bulunan gölgelikler/ şezlong grupları dâhil tüm genel kullanım alanları mesafe planına uygun olarak düzenlenecek, mesafeye ilişkin tüm önlemler alınarak gerekli işaretlemeler yapılacak ve plana uygun kapasiteden fazla misafir kabul edilmeyecektir.

Görüldüğü üzere yeni süreçte konaklama işletmelerine yönelik çeşitli yeni düzenlemeler getirilmiş olup, bu durum belirli bir maliyet, zaman ve kaynak kullanımı gerektirecektir. Tüm organizasyonlarda olduğu gibi konaklama işletmelerinde de örgüt kaynakları temel olarak, beşeri, fiziksel, finansal ve bilgi/teknolojik içeriklidir. Bu kaynakların temel amaçlar etrafında optimum seviyede kullanılması bir çok nedenden dolayı zor şartlar altında çalışmayı zorunlu kılmaktadır. Turizm sektöründe mevcut iç ve dış faktörlerin hassas ve dinamik özellikleri konaklama işletmelerinin uzun vadeli plan öngörülerinde sık sık değişiklik yapılmasını gerektirmektedir (Kaya, 2010).

Ancak özellikle pandeminin etkisiyle bu dönemde konaklama işletmelerinden beklentilerin daha fazla işgücü ve sabit yatırım gereksinimi ortaya çıkaracağı düşünülmektedir. Nitelikli işgücü ise konaklama sektöründe zorlukla elde edilmektedir.

Söz konusu yeni eğilimlerin takip edilmesi ve konaklama sektöründeki işletmelerde uygulanmaya başlanması aynı zamanda firmaların müşterileri nezdindeki kurumsal imajlarını korumaları bakımından da önem taşımaktadır. Çünkü kurumsal imaj, bir kurum veya kuruluşun toplumda algılanış biçimidir. Bu firmanın fiziksel ve davranışsal nitelikleriyle yakından ilgili olup: firmanın ismi, mimari yapısı, ürün çeşitliliği, servis hizmeti, gelenekleri ve güçlü iletişimi müşterilerin işletmeyi iyi bir şekilde algılaması açısından önemlidir (Nguyen & Leblanc, 2001, aktaran Zengin & Gürkan, 2009).

Müşterilerin işletmeye karşı olumlu algısı, taleplerini doğrudan etkileyen bir faktördür. Ancak talebin kırılğan yapısı ve kurumsal imaj algısını oluşturan en temel bileşenin insan faktörü olduğu yönetimlerce her zaman göz önüne alınmalıdır. Bu bakımdan konaklama sektöründe istihdam edilen personelin niteliklerinin öne çıktığı görülmektedir.

Türkiye’de ve çeşitli ülkelerde yapılan araştırmalar, turizm ve otelcilik sektöründe işgücü devir oranının yüksek, çalışanların iş tatmininin düşük, ücretlerin düşük fakat çalışma saatlerinin fazla olduğunu ortaya koymaktadır (Zengin, Şen, Taşar, 2011). Bu gerçek Covid -19 salgını sonrasında daha büyük bir problem ortaya çıkaracaktır. Zira özellikle oteller çok sayıda işgören ile faaliyetlerini sürdürebilmekte ve verdikleri hizmetlerin büyük bölümü sınırlı otomasyon olanakları ile yürütülebilmektedir (Çakıcı, Unur & Dönmez, 2010, aktaran Erdem, Gülcan, Tokmak, Asanova, Margazieva, 2015). Dolayısıyla salgınının konaklama sektörü açısından etkilediği faktörlerin başında işgücü talebi ve kalitesi gelmektedir.

Emek-yoğun yapısından dolayı konaklama işletmelerinde işgücünün önemi diğer sektörlerle göre daha fazladır (Üngören, 2008). Bu bakımdan hâlihazırda devir oranı yüksek ve nitelikli işgücü

arzının düşük olduğu konaklama sektöründe virüsün bulaşıcılığı göz önüne alındığında işletme yöneticileri bakımından istihdam politikalarında bazı değişiklikler yapılması gerekliliği açıktır. Ücretleri iyileştirme, sağlık sigortasına pandemi kaynaklı risklerin dâhil edilmesi, işletmede üst düzey önlemler alınması gibi yöntemler bu bağlamda faydalı olabilecektir.

Bununla beraber turistik bir bölgeye gelen turistler, konaklama, alışveriş, yiyecek-içecek, eğlence gibi etkinliklerde de artışa neden olmaktadır (Güneş, 2011). Ancak pandeminin etkisiyle konaklama işletmelerinde sunulan tüm bu hizmetlerin hijyen koşulları sağlanarak ve belirli düzenlemeler çerçevesinde verilmesi planlanmaktadır.

Netice itibariyle Türkiye'de, turizme olan talep ve turizmle ilgili politikalar turizm sektörünün gelişmesinde katalizör görevi sağlamıştır (Okuyucu, 2016). Söz konusu pandeminin olumsuz etkilerinden de sektörel bazda en az etkilenmek adına verilen teşvikler ve uygulanan politikaların etkisini 2020-2021 sezonunda göstermesi beklenmektedir.

Yöntem

Bu çalışma ile Covid-19 pandemisinin konaklama sektörü üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmış olup, nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Buna göre maksatlı örnekleme ile Bodrum İlçesindeki beş yıldızlı otellerin üst yöneticileri ile görüşülmüş ve salgının etkileri çeşitli başlıklar altında içerik analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Bodrum'da 5 yıldızlı toplam 43 adet otel bulunmaktadır. Bu otellerin üst yöneticilerine telefon ve mail aracılığıyla tek tek ulaşılmış, araştırmamız hakkında bilgi verilerek, katılımcı olmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Olumlu yanıt veren 28 üst yöneticiyle ortalama 30-45 (ort.=37,5) dakika aralığında süren yarı yapılandırılmış görüşmeler internet üzerinden görüntülü görüşme şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Veri toplama süreci 25 Aralık 2019 ile 15 Ocak 2020 tarihleri arasında tamamlanmış olup, katılımcılara sorulan yarı yapılandırılmış sorular araştırmanın amacına uygunluğu bakımından bir uzmandan yardım alınarak tasarlanmıştır. Cevaplar araştırmacı tarafından kaydedilmiştir. Akabinde deşifre edilen cevaplar içerik analizine tabi tutulmuş ve sonuçlar bulgular kısmında tablolandırılmıştır.

Yöneticilere aşağıdaki beş adet açık uçlu soru yöneltilmiştir:

- 1- Covid-19 pandemisinin sektörünüzü etkilediğini düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise hangi yönde etkilemiştir? (olumlu/olumsuz)
- 2- Geçen yılın aynı dönemine göre doluluk oranınız nasıl değişmiştir? (rezervasyonlarınızın artma azalma durumlarını %25, %50, %75, %100 oranlarını baz alarak yanıt veriniz)
- 3- 2020 yılında misafirlerinizin en çok tercih ettiği konaklama tipi nasıldır? (İşletmenizin konaklama tipi olanaklarını baz alarak yanıt veriniz)
- 4- 2020 yılında misafirlerinizin en çok tercih ettiği yemek hizmeti hangisidir? (İşletmenizin yemek servis olanaklarını baz alarak yanıt veriniz)
- 5- 2020 yılında misafirlerinizin en çok tercih ettiği eğlence hizmeti hangisidir? (İşletmenizin eğlence türü olanaklarını baz alarak yanıt veriniz)

Bulgular

Araştırmamıza katılan beş yıldızlı otel yöneticilerinin 6'sı kadın (%21,43), 22 adedi ise erkektir (%78,57). Katılımcıların yaş ortalaması yaklaşık olarak 47 (46,57) ve ortalama iş tecrübesi yaklaşık olarak 22 yıldır (22,46).

Unvan gruplarına bakıldığında yöneticilerin 6 adedi (%22) genel müdür, 9 adedi (%32) müdür, 5 adedi (%18) işletme müdürü, 4 adedi (%14) CEO, 2 adedi (%7) genel müdür yardımcısı ve 2 adedi (%7) müdür yardımcısı unvanını haizdir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik ve İstihdam Bilgileri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	İş Tecrübesi (Yaklaşık)	Unvan
K1	46	Erkek	23 Yıl	Genel Müdür
K2	48	Kadın	17 Yıl	CEO
K3	50	Erkek	25 Yıl	Müdür
K4	44	Erkek	21 Yıl	Genel Müdür Yrd.
K5	39	Erkek	12 Yıl	Müdür
K6	46	Kadın	20 Yıl	Genel Müdür Yrd.
K7	47	Erkek	26 Yıl	Genel Müdür
K8	43	Erkek	18 Yıl	İşletme Müdürü
K9	48	Kadın	19 Yıl	Müdür
K10	51	Erkek	27 Yıl	Müdür
K11	46	Erkek	20 Yıl	CEO
K12	43	Erkek	24 Yıl	Genel Müdür
K13	53	Erkek	32 Yıl	Genel Müdür
K14	45	Erkek	23 Yıl	İşletme Müdürü
K15	48	Kadın	20 Yıl	Müdür
K16	50	Erkek	26 Yıl	CEO
K17	43	Erkek	21 Yıl	İşletme Müdürü
K18	44	Erkek	23 Yıl	Müdür
K19	47	Kadın	24 Yıl	Müdür Yardımcısı
K20	52	Erkek	30 Yıl	İşletme Müdürü
K21	57	Erkek	29 Yıl	Müdür
K22	48	Erkek	25 Yıl	Genel Müdür
K23	46	Erkek	23 Yıl	Müdür Yardımcısı
K24	42	Kadın	19 Yıl	Müdür
K25	48	Erkek	26 Yıl	Genel Müdür
K26	43	Erkek	21 Yıl	İşletme Müdürü
K27	42	Erkek	20 Yıl	Müdür
K28	45	Erkek	15 Yıl	CEO

Tablo 2: Katılımcıların Yanıtları (Özet)

Katılımcılar	Cevap 1	Cevap 2	Cevap 3	Cevap 4	Cevap 5
K1	Evet/ Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K2	Evet / Olumsuz	% 25 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Açık Büfe	Gece Klübü, Müzik
K3	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Suit Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri

K4	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Açık Büfe	Havuz Aktiviteleri
K5	Evet / Olumsuz	% 25ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K6	Evet / Olumsuz	% 75 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K7	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Havuz Aktiviteleri
K8	Evet / Olumsuz	% 25 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Açık Büfe	Havuz Aktiviteleri
K9	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Suit Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K10	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Gece Klübü, Müzik
K11	Evet / Olumsuz	% 100 oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Havuz Aktiviteleri
K12	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Açık Büfe	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K13	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K14	Evet / Olumsuz	% 25 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Açık Büfe	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K15	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Havuz Aktiviteleri
K16	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Suit Kiralama	Kendi Mutfağında Hazırlama	Havuz Aktiviteleri
K17	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K18	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Havuz Aktiviteleri
K19	Evet / Olumsuz	% 25 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K20	Evet / Olumsuz	% 100 oranında Azaldı	Aile Odası	Açık Büfe	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K21	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K22	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Havuz Aktiviteleri
K23	Evet / Olumsuz	% 25ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Açık Büfe	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K24	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Kendi Mutfağında Hazırlama	Gece Klübü, Müzik

K25	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Aile Odası	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K26	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Suit Kiralama	Kendi Mutfağında Hazırlama	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K27	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Ala Karte	Bireysel Deniz Aktiviteleri
K28	Evet / Olumsuz	% 50 ve üstü oranında Azaldı	Villa Kiralama	Kendi Mutfağında Hazırlama	Bireysel Deniz Aktiviteleri

Katılımcıların cevaplarını gösterir Tablo 2’den de görüleceği üzere otel yöneticilerinin tamamı (%100) birinci soruya ‘evet’ yanıtını vermiş olup, tüm yöneticiler Covid-19 pandemisinin konaklama sektörünü etkilediğini belirtmişlerdir. Bu etkinin yönü tüm yöneticiler tarafından (%100) olumsuz olarak belirtilmiştir. Buna göre Covid-19 pandemisi birçok başka sektörde olduğu gibi konaklama sektörü üzerinde de olumsuz yönde etki yaratmıştır.

Turizm sektörü pek çok sektörle yakından ilişki içindedir (Özçatalbaş, Çukur, Çukur, 2019). Dolayısıyla sektörde daralma yaratan bu olumsuz etki, hükümet politikaları ve devlet destekleri ile aşılmaya çalışılmakta olup, sezonunun geri kalanında yaşanacak olan gelişmeler belirleyici olacaktır.

Geçen yılın aynı dönemine göre doluluk oranını inceleyen ikinci soruya otel yöneticilerinin % 66 ‘lık çoğunluğu ‘%50 ve üzerinde azaldı’ yanıtını verirken, % 22’lik kısım %25 ve üzeri azalma olduğunu belirtmiş, %8’lik kısım %100 oranında azalma olduğunu ve %4’lük kısım ise %75 oranında azalma olduğunu ifade etmişlerdir.

Dolayısıyla araştırmamıza katılan sektör temsilcilerinin büyük bir kısmı geçen seneye kıyasla bu sene yarı yarıya doluluk oranının azaldığını beyan etmişler ve buna ilişkin aşağıdaki tabloda belirtilen ifadeleri kullanmışlardır. Buna göre yöneticilerin bir kısmı söz konusu azalmaya rağmen umutlu bir tablo çizerken, bir kısım yöneticiler ise sezona ilişkin umutsuz olduklarını söylemişlerdir.

Tablo 3: Katılımcıların İkinci Soruya Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Katılımcılar	Yanıtlar
K13	“Maalesef bu sene doluluk oranımız yarı yarıya azaldı, ancak biz sektörün gerisine bakıldığında yine iyi durumdayız. Çünkü personel çıkarmak zorunda kalmadık. Ayrıca pandemi süreci devam etse dahi ülkemiz diğer destinasyonlarla kıyaslandığında daha güvenli bulunduğundan dolayı, farkı bu sezonda olmasa bile 2021 sezonunda kapatacağımızı düşünüyorum.”
K28	“Bizim hedef kitlemiz zaten daha belirli, elit ve bireyselliğe önem veren bir kitle. Bu nedenle önlemler alınırsa doğru reklam ve pazarlama stratejileri kullanılırsa talepte bir artış söz konusu olacaktır. Bekleyip göreceğiz.”
K7	“Sektörün durumu içler acısı. Bu seneden çok bir beklentimiz yok. Yüzde elli- altmış azalma yaşadık. Maalesef küçülmeye yoluma gideceğiz. Ancak maliyetleri karşılayabilmek için başka çaremiz yok. Destekler yararlı ancak yeterli olmadı bizler açısından. Ancak yine de süreç iyi yönetiliyor bence.”
K15	“Bizim belirli bir kalitenin altına düşmemiz mümkün değil. Dolayısıyla bu sene yüzde elliden fazla düşen misafir sayımız maliyetlerimizi daha da artırdı. Yine de ben kişisel olarak umutsuz değilim. Çünkü aşının bulunacağından ve talebin yeniden yükseleceğinden eminim.”
K20	“Yaşanan üzücü gelişmeler talepte geçen seneye göre %100 oranında bir daralma meydana getirmiş durumda. Ancak biz de rakiplerimiz de stratejik planlarımızda en kötü senaryoları göz önüne alarak planlama yapıyoruz. Bu durumun geçici bir süreç olduğunu göz önüne alarak hareket ediyoruz. Bu nedenle sektörde büyük bir panik havası yaşanmayacak, yakında toparlanacaktır.”

Üçüncü, dördüncü ve beşinci soruları her otel yöneticisinin kendi işletmelerinin sunduğu hizmetler çerçevesinde cevaplamaları hatırlatılmıştır.

Üçüncü soruda yapılan rezervasyonlardan yola çıkılarak otel yöneticilerine 2020 yılında en çok tercih edilen konaklama tipi sorulmuş olup, buna göre katılımcıların %43'lük kısmı taleplerin aile odası kiralama, %43'lük bir başka kısmı ise villa kiralama çevresinde yoğunlaştığını belirtirken, %14'lük bir kısım ise taleplerin suit kiralama şeklinde olduğunu ifade etmişlerdir.

Bu yanıtlardan hareketle konaklama hizmeti alan otel misafirlerinin 2020 sezonunda taleplerinin yoğunlukla bulaş riskini azaltmak amaçlı olarak daha steril, daha bireysel ve aile üyeleriyle toplu konaklamak yönünde olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Katılımcılar	Yanıtlar
K2	“Bu sezon misafirlerimizde family room olarak adlandırdığımız çoklu konaklama imkânı sağlayan aile odası kiralama ve beraber konaklama yönünde bir eğilim söz konusu. Bu durum gözetim ihtiyacından kaynaklanıyor olabilir. Çocuklarda hijyen kurallarına uyulmasını sağlamak çok kolay değil çünkü.”
K11	“Avrupalı misafir normalde birlikte konaklamaz ancak bu yaz aile odalarımız için rezervasyonlarımızı Türkler kadar Avrupalılar da dolduruyor. Sanırım daha butik bir konaklama imkânı doğurduğu için tercih ediliyor.”
K9	“Bu sezon sadece suitlerimizi konaklama hizmetine açtık, otelin diğer kısımları kapalı. Ancak suitlerimizin tüm rezervasyonları doldu. Ekim ayına kadar açık olacağız.”

Dördüncü soruda 2020 yılında otel misafirlerinin en çok tercih ettiği yemek hizmeti tipi sorulmuş olup, otel yöneticilerinin %61'lik çoğunluğu a la karte yemek hizmeti taleplerinin yoğun olduğunu, %25'lik kesim misafirlerin açık büfe taleplerinin yüksek olduğunu ve %14'lük kesim ise misafirlerin kendi mutfağında bireysel yemek hazırlama taleplerinin yoğunlaştığını belirtmişlerdir.

Bu durum Covid-19'un özellikle ağız mukozası yolu ile çok hızlı yayılıyor olması nedeniyle misafirlerin yemek hizmeti alırken teması mümkün olduğunca azaltmak amaçlı davranışlar sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Katılımcılar	Yanıtlar
K25	“Biz misafirlerimize dünya mutfaklarından örnekler sunuyoruz. Sırf bu amaçla istihdam edilen ünlü şef sayımız 26. Ancak elbette gelen misafirlerimizin lezzetle hijyeni birleştiren servislere talebi artmış durumda. A la karte hizmetlerimiz en yoğunlukla tercih edilenler arasında başta geliyor. Tüm önlemler alınarak tek kullanımlık materyal kullanarak servislerimizi gerçekleştireceğiz.”
K19	“Açık büfe uygulamalarında hijyeni sağlamaya yönelik getirilen kurallar misafirler açısından bekleme süresini artıracak gibi gözüküyor. Ben tesisimizdeki a la karte yemek hizmetlerine olan talebin artışı bu duruma bağlıyorum. Çünkü büfenin başında çok fazla sayıda personel bekletme imkânımız yok. Dolayısıyla yemek servisleri eskiye göre zaman alacak.”
K4	“Misafirlerimiz açısından mutfağın zenginliği ve lezzeti önemli. Bu yüzden hizmetlerin aksamaması için bize bildirilen tüm zorunlu tedbirleri alarak açık büfe hizmetlerimizi başlattık. Haftasonları sadece brunch için bile gelen gruplarımız mevcut.”

Araştırmanın beşinci ve son sorusunda otel yöneticilerine 2020 yılında misafirlerin en çok tercih ettiği eğlence hizmeti sorulmuş olup, yanıtlar incelendiğinde turist taleplerinin %61'lik oranda

bireysel deniz aktiviteleri çerçevesinde yoğunlaştığı, %29’luk kısmın havuz aktiviteleri, %10’luk kısmın ise gece kulübü, müzik şeklinde eğlence tipleri tercih ettiği ifade edilmiştir.

Buna göre sezonda konaklama hizmeti alan misafirlerin genellikle eğlence hizmetleri alırken yine bireyselliği ön plana aldıkları ve daha butik gruplar veya aileler ile gerçekleştirilen aktivitelere eğilim gösterdikleri görülmüştür. Yeni tip koronavirüsün açık havada bulaşıcılığının daha düşük olması ve deniz veya havuz suyuyla bulaştığına dair herhangi bir veriye ulaşılamamış olması sebepleriyle misafirlerin deniz ve havuz aktivitelerine taleplerinin yükseldiği sonuçlarına ulaşılabilir.

Tablo 6: Katılımcıların Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Katılımcılar	Yanıtlar
K1	“Misafirler haklı olarak korkulu. Bu sene su sporlarımıza olan talep bu nedenle daha yüksek. Rezervasyon yaptırmak için aradıklarında genellikle deniz aktivitelerimiz olup olmadığını soruyorlar.”
K6	“Her hafta ilçe sağlık müdürlüğünden çalışanlar deniz suyu numunesi almaya geliyorlar. Bu nedenle içimiz rahat. Ayrıca müşterilerimiz de çok bilinçli. Sosyal mesafeye dikkat ederek denize giriyorlar. Tesiste bir sıkıntı yaşayacağımızı düşünmüyoruz.”
K24	“ Biz teenage club hizmeti veriyoruz ve eğlenceyi müşterilerimizin odalarına götürüyoruz. Bu yüzden eğlence ve aktivite denildiğinde misafirlerimiz dj hizmetlerimizden vazgeçemiyorlar. Ancak elbette tüm hijyen önlemlerimizi aldık ve tüm personeli eğittik.”

Sonuç

Salgınlar tüm zamanlarda ekonomik ve sosyolojik olarak olumsuz etkiler yaratmışlardır. Benzer şekilde 2020 yılı başından itibaren karşı karşıya kalınan yeni tip koronavirüs (Covid-19) pandemisi de hem dünya hem de Türkiye’de birçok sektörde daralma ve küçülmeler yaşanmasına sebebiyet vermiştir.

Otelcilik sektörü, uzun ve yorucu çalışma saatleri, düşük ücret ve ilerleme olanaklarının azlığı ile tanımlanan özellikle ara elemanlar için, katlanılması zor bir çalışma alanıdır. Sektörde devir oranı hem ara çalışanlar hem de üst düzey yöneticiler arasında oldukça yüksektir (Tepeci & Birdir, 2003, aktaran Ersoy & Utku, 2005). Pandeminin etkisiyle 2020 yılında sektördeki bu olumsuz tablo daha da ağırlaşmıştır. Ancak alınan önlemler ve kontrollü sosyal hayat kuralları çerçevesinde tüm olumsuzluğuna rağmen haziran ayı itibarıyla sektörde hareketlenme belirtileri görülmeye başlanmıştır.

Ticari nitelikteki konaklama işletmelerinin temel amaçlarının başında yüksek doluluk oranıyla çalışarak arzu edilen kar hedefine ulaşmak gelmektedir. Bu hedef doğrultusunda müşteri memnuniyeti, yüksek ürün ve hizmet kalitesi, rekabet edebilir bir yapı, maliyetlerin minimum seviyeye indirilmesi gibi diğer amaçların da gerçekleşmesi gerekmektedir (Kaya, 2010).

Ancak bilindiği üzere turizm sektöründe proaktif hareket etmek rekabet gücünü yükselterek işletmeleri başarıya götürür. Bu nedenle beklentilerin bilinmesi ve yeni trendlerin takip edilmesi stratejik anlamda önem arz etmektedir.

Bu bağlamda Türkiye turizminin en hareketli destinasyonlarından olan Bodrum/Muğla’da gerçekleştirilen bu çalışma aracılığıyla Covid-19’un konaklama sektöründeki etkileri çeşitli başlıklar çerçevesinde belirlenmeye çalışılmış, bu amaçla 5 yıldızlı otel yöneticileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilerek bulgular kısmında açıklanmıştır.

2020 yaz sezonunda turist eğilimlerinin konaklama sürecinin her aşamasında sağlık, hijyen ve daha izole hizmet alma çerçevesine odaklandığı görülmektedir. Bu durum koronavirüs endişesiyle tatil yapma ihtiyacı arasındaki dengenin korunmasında önem taşımaktadır.

Turizm gelir getirici özelliği ve istihdam yaratma imkânı sayesinde ekonomik kalkınmaya önemli katkıda bulunmaktadır (Çukur & Kızılaslan, 2018). Bu nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı da gerekli çalışmaları başlatmış olup, bu yıl ve bundan sonraki dönemlerde ‘Güvenli Turizm’ (Safe Tourism) başlığı altında konaklamadan geziye her noktada tüm önlemlerin alındığı işletmeler bünyesinde turizm faaliyetleri sürdürülecektir.

Her ne kadar Covid-19 salgınının olumsuz yansımaları devam etmekteyse de dünyada turizm hareketleri sayısı ve bu hareketlere katılan turist sayısı sürekli artmaktadır (Uygur, Göral, Bozkurt, 2015). Pandeminin 2020 yılı ve sonrasında bireylerin başka bireylerden izole şekilde ve hijyen koşulları altında gerek geleneksel gerekse de kültür turizmi taleplerini olumlu şekilde etkilemesi beklenmektedir. Kültür turizmi potansiyeli açısından Türkiye’yi incelediğimizde, son derece zengin değerlere sahip bulunmaktadır (Çulha, 2008). Ancak konaklama, eğlence, yeme-içme, hediyeleşme gibi tamamlayıcı sektörlerde gerekli tedbirlerin alınmaması durumunda bu talebin ülkemizden başka ülkelere kayacağı gerçeği göz önüne alınmalı ve gereken düzenlemeler hızlı bir şekilde hayata geçirilmelidir.

Yapılan incelemeler ve sürecin işleyişi göz önüne alındığında konaklama tesislerine önerilebilecek bazı hususlar aşağıdaki gibidir:

- Konaklama işletmesinin müşteri profiline göre azami hijyen önlemlerinin alınması gerekmektedir.
- Pandemiye ilişkin süreçten sorumlu bir personel yetkilendirilerek, bu kişinin gözetim ve denetimlerinin sürekliliği sağlanmalıdır.
- Acil durum planına pandemiye ilişkin hususların eklenmesi önem taşımaktadır.
- Yaşanabilecek kayıp ve zararların giderilmesine yönelik bir bütçe ayrılması faydalı olabilir.
- Toplu aktiviteleri küçük gruplara bölerek pazarlama kampanyalarına dâhil etmek faydalı olabilir.
- Bireysel aktivite yapılabilen makinelere (flyboard, jetski vb.) ilişkin yatırımlar yapılması faydalı olabilir.

Bu çalışmanın önemli bir kısıtı sadece Muğla Bodrum’daki durumu göz önüne almasıdır. Gelecekte ülkemizde diğer turizm destinasyonlarında veya yurtdışında benzer çalışmalar gerçekleştirilerek milletler arası talep farklılaşmalarına dair sosyolojik veya kültürel kıyaslamalar yapılması literatüre katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2010). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yaklaşımı: Muğla ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(3), 207-226.
- Aymankuy, Ş. A. (2005). Konaklama işletmelerinde sendikaların hizmet kalitesine etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(14), 1-22.
- Brown, M. (1996). Environmental policy in the hotel sector: ‘green’ strategy or stratagem? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 18-23.
- Çakıcı, C., Unur, K., & Dönmez, B. (2010). Mersin üniversitesi turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu öğrencileri gözüyle turizm sektörü işgücü sorunları üzerine bir araştırma, 11. *Ulusal Turizm Kongresi*, (ss.720-732), 02 – 05 Aralık 2010, Kuşadası, Aydın, Türkiye.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal Of Yasar University*, 3(12), 1827- 1852.

- Çukur, T., & Kızılaslan, N. (2018). Milas ilçesinde zeytin hasat şenliğinin kırsal turizme katkısı. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 24(2), 233-241. <https://doi.org/10.24181/tarekoder.491281>
- Erdem, B., Gülcan, B., Tokmak, C., Asanova, K., & Margazieva, N. (2015). Kırgızistan konaklama sektöründe insan kaynakları profili araştırması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (3),
- Ersoy, A., & Demirel Utku, B. (2005). Konaklama işletmeleri muhasebe müdürlerinde tükenmişlik sendromu-1. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 27 (1), 38-47.
- Güneş, G. (2011). Konaklama sektöründe çevre dostu yönetimin önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 45-51.
- İç İşleri Bakanlığı İller İdaresi Genel Müdürlüğü, (2020). Konaklama Tesislerinde Uygulanacak Standartlar ve Tedbirler Hakkında Genelge (KTUSTHG).
- Kaya, İ. (2010). Konaklama işletmeciliğinde stratejik yönetim süreci: kavramsal bir yaklaşım. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (18), 27-35.
- Nguyen, N., & Gasten L. (2001). Corporate image and corporate reputation in customer’s retention decision in services, *Journal of Retailing and Customer Services*, 8 (1), 227-236.
- Okuyucu, A., & Akgiş, Ö. (2016). Türkiye’de konaklama sektörünün yapısal ve mekânsal değişimi: 1990-2013. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20 (1), 249-270. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3268.7605>
- Özçatalbaş, O., Çukur, F., & Çukur, T. (2019). Milas'ta zeytin turizmi potansiyelinin kırsal kalkınma amaçlı değerlendirilmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (98), 21-37. <https://doi.org/10.16992/ASOS.36641>
- Özdipçiner, N.S., & Kalıncara, V. (2005). Konaklama sektörü çalışanlarının örgüte yönelik düşünce ve bağlılık durumları: Denizli örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 82-92.
- Tepeci, M., & Birdir, K. (2003). Otel genel müdürlerinde tükenmişlik sendromu ve tükenmişliğin genel müdürlerin işlerini değiştirme eğilimlerine etkileri, *Anatolia Dergisi*, 14(2), 93-106.
- Uygur, A., Göral, R., & Bozkurt, İ. (2015). Muğla ili milas ilçesinin kültür turizmi açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34(1), 95-105.
- Üngören, E. (2008). Örgütsel çatışma yönetimi üzerine konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(5), 880-911.
- Zengin, B., & Gürkan, Z. (2009). Konaklama sektöründe kurumsal imajın önemi ve tüketici tercihlerine etkileri, *Journal Of Azerbaijan Studies*, 12(2), 132-157.
- Zengin, B., Şen, L. M., & Taşar, O. (2011). Marmara Bölgesinde turizm lisans öğrencilerinin konaklama sektöründe cinsiyete göre kariyer düşünceleriyle ilgili bir araştırma. *International Conference On Eurasian Economies Bildiriler Kitabı*, 217-225.